

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) DI KAMPOENG BATIK LAWEYAN KOTA
SURAKARTA**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada Jurusan
Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

Oleh:

FENDY NURDIYANTO
A210140219

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) DI KAMPOENG BATIK LAWEYAN KOTA
SURAKARTA

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

FENDY NURDIYANTO

A 210 140 219

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Suranto', written over a faint, stylized blue triangle.

Suranto. S.Pd., M.Pd

NIDN: 06 3010 8301

HALAMAN PENGESAHAN
NASKAH PUBLIKASI

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) DI KAMPOENG BATIK LAWEYAN KOTA SURAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

FENDY NURDIYANTO

A210140219




Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada hari :

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Suranto S.Pd., M.Pd
(Dewan Penguji I)
2. Agus Susilo S.Pd., M.Pd
(Dewan Penguji II)
3. Prof. Dr. Harsono S.U.
(Dewan Penguji III)

()
()
()

Surakarta, Februari 2020

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dekan,



Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, M.Hum.
NIP. 196504281993031001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, Januari 2020

Penulis



FENDY NURDIYANTO

A210 140 219

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KAMPOENG BATIK LAWEYAN KOTA SURAKARTA

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui faktor internal dan eksternal dalam pengembangan usaha batik, (2) merumuskan alternative strategi dalam pengembangan usaha batik, (3) menentukan prioritas strategi dalam menerapkan usaha batik. Penelitian ini adalah penelitian policy reasearch menggunakan matriks IFE dan EFE untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha batik. Faktor IFE dan EFE yang didapatkan dari hasil penelitian yang dilakukan dengan 20 orang pengusaha batik di Kampoeng Batik Laweyan. Skor terbobot untuk matriks IFE sebesar 2.989 dan matris EFE sebesar 3.009. Kemudian hasil matriks IE menunjukkan posisi perusahaan pada kuadran 2 (*grow and build*) dimana perusahaan melakukan penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Perumusan strategi pengembangan usaha menggunakan matriks SWOT dengan menganalisis faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Berdasarkan matriks SWOT tersebut dihasilkan sejumlah 8 alternatif strategi, diantaranya ialah meningkatkan penjualan *e-commerce* nasional maupun internasional, membuat website sendiri untuk menjual produk dan branding produk batik Laweyan, penerapan system online dalam hal pencatatan keuangan agar mudah di pantau, peningkatan kompetensi karyawan agar bisa menciptakan produk unggul, meningkatkan kualitas batik agar dapat bersaing di pasaran, pemanfaatan limbah untuk kembali digunakan kembali sebagai bahan baku, meningkatkan R&D untuk mengantisipasi inovasi yang terduga, dan meningkatkan kerjasama dengan pengrajin lain untuk menentukan harga yang kompetitif. Tahap keputusan menggunakan matriks QSPM dilakukan untuk menentukan prioritas strategi.

Kata Kunci : Usaha Batik Kampoeng Batik Laweyan, IFE, EFE, SWOT, QSPM.

Abstract

The aims of this research: (1) find out internal and external factors to develop batik business, (2) formulate strategy analysis for developing batik business, (3) determine priority strategy for applicating batik business. The Policy research uses matrix IFE and EFE for analyzing internal and external factors that influence development of batik business. IFE and EFE factors are found from research result is conducted by 20 entrepreneurs in Kampoeng Batik Laweyan. IFE matrix point is 2898 and EFE matrix 3.009. Then, matrix IE result show the development position in 2 quadrant (*grow and build*) which is the company doing market penetration, market developing, and product developing. Development business strategy formulating uses SWOT matrix to analyze strength, weakness, chance and threat factors.

SWOT matrix result, show that there are eight strategy alternative: increasing national and international e-commerce selling, making own website for selling and branding Batik Laweyan products, applicating online system in financial records for easy monitoring, raising employees competence to create excellent product, upgrading batik quality for competing in global trading, utilizing waste to be re-used as a raw material, improving R&D to anticipate unexpected innovations, and expanding craftsman collaboration to determine competitive prices. Deciding step uses QSPM matrix to ascertain strategy priorities.

Keywords : Kampoeng batik Laweyan business, IFE, EFE, SWOT, QSPM.

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi sangat diperlukan setiap negara sebab adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi menunjukkan kesejahteraan yang tercermin pada peningkatan output perkapita serta diikuti dengan daya beli masyarakat semakin meningkat. Perekonomian dikatakan mengalami pertumbuhan apabila jumlah balas jasa riil terhadap penggunaan faktor-faktor produksi tahun tertentu lebih besar dari tahun sebelumnya

Pembangunan dan pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional. UMKM merupakan penopang perekonomian bangsa. Menurut Nuhung (2012) melalui kewirausahaan, UMKM berperan sangat penting dalam menekan angka pengangguran, menyediakan lapangan kerja, mengurangi angka kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan dan membangun karakter bangsa.pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang memiliki pendapatan perkapita rendah

Dalam menjalankan usaha baik dalam skala mikro, kecil dan menengah, dibutuhkan strategi agar dapat bersaing dengan yang lainnya. Menurut Purwanto (2008) analisis strategi meliputi “segitiga strategi”, yaitu: pelanggan, pesaing, dan perusahaan. Industri yang dikatakan berkembang apabila memiliki pelanggan tetap, mampu bersaing dan bertahan diantara banyaknya pesaing-pesaing yang ada, dan memiliki perusahaan yang dikelola dengan baik.

Industri batik merupakan salah satu bentuk atau jenis UMKM yang ada. Batik merupakan salah satu kerajinan asli Indonesia yang memiliki corak khas sebagai cerminan dari kekayaan budaya nasional Indonesia. Proses pembuatan batik dilakukan oleh orang-orang yang sudah ahli dalam ilmu membatik dan biasanya ilmu membatik yang dimiliki tersebut didapatkan secara turun temurun dari keluarga mereka.

Kota Surakarta juga menawarkan wisata belanja yang khas karena sebagai kota penghasil batik, batik yang ada di Laweyan merupakan hasil olah cipta, rasa, dan karsa serta kristalisasi nilai-nilai kearifan lokal masyarakat di Kota Surakarta yang sudah mengakar. Perkembangan industri UMKM batik yang ada di Laweyan sudah berkembang. Namun masih ditemukan kendala yang dihadapi oleh UMKM yang ada di Laweyan yaitu terkait dengan terbatasnya akses pasar, bidang produksi terbatasnya tenaga pembatik, serta kesulitan membuang limbah batik. Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM yang ada di Laweyan memiliki dua problem yaitu berkaitan dengan tantangan permasalahan internal dan eksternal.

Saat ini Kampoeng Batik Laweyan tumbuh dengan pesat mengikuti perkembangan zaman. Beberapa jenis batik diproduksi di tempat tersebut, mulai dari batik tulis, batik cap, dan batik print. Untuk mengikuti perkembangan zaman pengrajin juga mengeluarkan motif edisi khusus seperti event piala dunia yang mengeluarkan batik dengan motif sepak bola. Maka dari itu perlu adanya strategi – strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha batik di Kampoeng batik laweyan. Sehingga untuk kedepannya dapat diterapkan untuk pengembangan usaha batik di Kampoeng batik laweyan

2. METODE

Penelitian ini dilakukan di kampoeng batik laweyan Surakarta dan dilaksanakan mulai tanggal 15 juli – 28 September 2019. Penelitian akan dilakukan dengan menggunakan metode Kebijakan (*Policy Reasearch*). Penelitian kebijakan (*Policy Reasearch*) menurut Dean Baker dan Mark Weisbort (1999) adalah wadah pemikiran ini berhaluan progresif dan sayap kiri. Selain itu data angka didukung dengan adanya data kata data pendukung dalam penelitian ini. Dimana akan dilakukan menganalisis faktor internal dan eksternal

untuk mengetahui apa saja yang mempengaruhi dan kemudian akan dipecahkan dengan matriks IFE, EFE, IE, SWOT dan QSPM yang semuanya berbentuk matriks (angka).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Faktor Internal : Kekuatan dan Kelemahan

Beberapa factor internal yang menjadi penentu dalam menunjang kekuatan pengembangan batik di kampoeng batik laweyan, yaitu: penjualan melalui took offline dan *e-commerce*, menambah jaringan pennjualan, banyak mengikuti pameran, variasi motif batik banyak, produksi ditempat sendiri, produk aman digunakan, memproduksi batik (tuliskan, cap, dan printing), terdapat struktur organisasi, pegawai sudah ahli dalam bidang yang dilakukan, adanya pengolahan limbah hasil produksi, dan adanya motif yang mengikuti perkembangan zaman.

Selain memiliki factor-faktor internal yang berpengaruh secara positif memberikan kekuatan atas pengembangan batik di kampoeng batik laweyan ada juga factor-faktor negative yang menunjukkan sisi lemah dari pengembangan batik di Kampoeng Batik Laweyan, yaitu: pencatatan keuangan belum memakai system computer, pembukuan masih tidak rapi, rapat dilakukan jika ada kendala, adanya komunikasi yang baik dari pemilik dengan karyawan, dan tidak ada anggaran untuk riset.

Tabel 1. Perhitungan Skor Matriks IFE

Faktor Internal	Keterangan Faktor Internal	Bobot	Rating	TOTAL
Kekuatan	A Penjualan melalui toko offline dan e-commerce	0.056	3.67	0.204
	B Menambah jaringan penjualan	0.059	4.00	0.236
	C Banyak mengikuti pameran	0.063	3.67	0.229
	D Variasi motif batik banyak	0.061	3.67	0.224
	E Produksi di tempat sendiri	0.060	3.67	0.219
	F Produk aman digunakan	0.061	4.00	0.245
	G Memproduksi batik tuliskan, cap, dan printing	0.063	3.67	0.229

	H	Terdapat struktur organisasi	0.72	3.67	0.265
	I	Pegawai sudah ahli dalam bidang yang dilakukan	0.63	4,00	0.250
	J	Adanya proses pengolahan limbah hasil produksi	0.054	3.67	0.196
	K	Adanya motif yang mengikuti perkembangan zaman	0.064	3.67	0.196
Kelemahan	L	pencatatan keuangan belum memakai sistem computer	0.064	1.33	0.083
	M	pendapatan bersih tidak stabil	0.068	1.67	0.011
	N	pemasaran sebatas melalui WA	0.072	1.33	0.095
	O	rapat dilakukan jika ada kendala	0.065	1.67	0.107
	P	modal minim untuk riset sendiri	0.067	1.33	0.089
TOTAL					2.989

Dari tabel 1 perhitungan skor Matriks IE dapat diketahui skor terbesar dari kategori kekuatan adalah faktor H yaitu Terdapat struktur organisasi dengan skor 0.265 dan dari kategori kelemahan internal yang paling lemah ialah faktor M yaitu pendapatan bersih tidak stabil dengan skor 0,011. Dengan total matriks IFE adalah 2.989, maka dikatakan internal perusahaan dikatakan kuat karena berada diatas 2.5 (dengan rentang nilai 1-4)

3.2 Faktor Eksternal : Peluang dan Ancaman

Beberapa factor yang bersifat eksternal yaitu factor-faktor yang berasal dari domain luar yang tidak dikusai dan tidak dapat dikendalikan oleh pelaku yang secara internal terlibat langsung dalam penyelenggaraan usaha maupun oleh keadaan dan peforma internal yang dimiliki oleh pelaku usaha batik dalam pengembangan produknya di kampoeng batik laweyan, sebagian berdampak positif dengan memberikan peluang, yaitu: bahan baku mudah didapatkan, hubungan sangat baik dengan perusahaan batik sekitar, pembeli rata-rata di lingkungan karesidenan Surakarta dan luar, adanya segmen pasar tertentu, konsumen dari kelas menengah ke atas, adanya komunikasi antar pesaing di lingkungan sekitar, kurang adanya komunikasi yang baik dengan warga sekitar, batik menjadi jati diri daerah laweyan, kemudahan bermitra dengan pengrajin sekitar, penggunaan smartphone dalam hal penjualan, pemanfaatan social media untuk proses penjualan,

Sementara sebagian lainnya merupakan factor-faktor yang bersifat negative yang dipertimbangkan memberikan ancaman atas pengembangan batik di kampoeng batik laweyan, yaitu: persaingan harga, motif, kualitas bagus; adanya serbuan batik dari cina dengan harga yang lebih murah, harga jual dengan pengrajin di sekitar sangat kompetitif, beberapa pesaing memiliki pengalaman yang lebih aman, kurs rupiah terhadap dollar sangat berpengaruh, banyak mempengaruhi harga batik, tidak adanya subsidi dari pemerintah, belum ada SIUP, belum banyak memanfaatkan teknologi, harga, desain, promo pesaing tidak terduga.

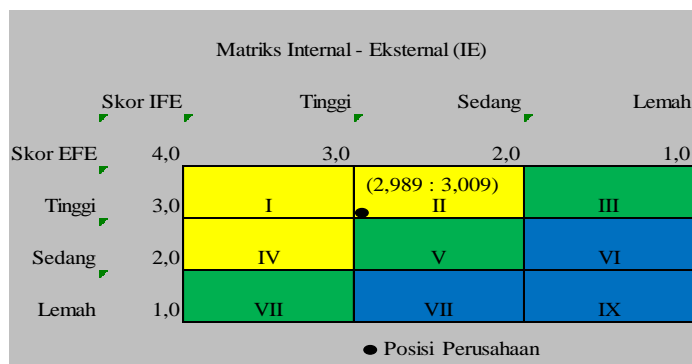
Tabel 2. Perhitungan Skor Matrix EFE

Faktor Eksternal	Keterangan Faktor Eksternal	Bobot	Rating	TOTAL
Peluang	A bahan baku mudah didapatkan	0.051	3.33	0.169
	B hubungan sangat baik dengan pengusaha batik sekitar	0.065	1.00	0.064
	C pembeli rata - rata di lingkungan karesidenan surakarta dan luar	0.061	2.33	0.143
	D adanya segmen pasar tertentu	0.059	3.00	0.176
	E kosumen dari kelas menengah keatas	0.053	4.00	0.211
	F adanya komunikasi antar pesaing dilingkungan sekitar	0.053	4.00	0.210
	G adanya komunikasi yang baik dengan warga sekitar	0.056	4.00	0.224
	H adanya komunikasi yang baik dengan warga sekitar	0.057	4.00	0.229
	I kemudahan bermitra dengan pengrajin sekitar	0.047	3.00	0.149
	J penggunaan smartphone dalam hal penjualan	0.054	3.33	0.179
	K pemanfaatan sosial media untuk proses penjualan	0.055	3.33	0.184
	L Persaingan harga, motif, lebih mahal kualitas bagus	0.051	3.00	0.152
Ancaman	M adanya serbuan batik dari cina dengan harga yang	0.033	2.00	0.066

	lebih murah				
	harga dengan pengrajin	0.042	3.00	0,125	
	disekitarnya sangat				
N	kompetitif				
	beberapa pesaing memiliki	0.047	3.00	0.139	
O	pengalaman yang lebih lama				
	kurs rupiah terhadap dollar	0.034	2.33	0.079	
P	sangat berpengaruh				
	banyak mempengaruhi	0.032	3.00	0.096	
Q	harga batik				
	tidak adanya subsidi dari	0.035	3.00	0.106	
R	pemerintah				
S	belum ada SIUP	0.037	2.00	0.073	
	belum banyak	0.043	3.00	0.127	
	memanfaatkan banyak				
T	teknologi				
	Harga, Desain, Promo	0.035	3.00	0.105	
U	pesaing tidak terdug				
TOTAL				3.009	

Berdasarkan table 2 perhitungan skor Matriks EFE dapat dilihat total skor matriks EFE sebesar 3.009 ini batik di Laweyan dapat memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman yang ada. Skor terbesar pada peluang yang dimiliki Usaha batik di Laweyan adalah hubungan sangat baik dengan pengusaha batik sekitar dengan skor total sebesar 0.65, sedangkan ancaman terbesar adalah beberapa pesaing memiliki pengalaman yang lebih lama dengan total skor sebesar 0.139.

3.3 Internal-Eksternal (IE)



Gambar 1. Posisi Perusahaan Berdasarkan Matriks IE

Berdasarkan hasil matriks Internal – Eksternal (IE) dengan menggunakan hasil matriks IFE dan matriks EFE dapat dilihat seperti gambar diatas bahwa skor matriks IFE 2.989 dan hasil skor matriks EFE 3.009 dimana posisi perusahaan berada pada kuadran 2 yang berarti harus *Grow* dan *Build* atau tumbuh dan bangun untuk strategi yang tepat bagi Usaha batik di Laweyan.

3.4 Analisis SWOT

3.4.1 Strategi S-O

Alternatif strategi S-O (*Strength – Opportunities*) dibuat dengan menggabungkan faktor kekuatan internal dengan faktor peluang eksternal perusahaan. Alternatif strategi yang masuk dalam kategori S-O berjumlah empat strategi. Berikut merupakan analisis dari keempat strategi S-O :

- a. Meningkatkan penjualan e-commerce nasional maupun Internasional untuk aktif di market place seperti Tokopedia, Zilingo, Zalora, dan media sosial seperti whatsapp, Instagram, dan facebook untuk penjualan dalam negeri dan luar negeri.

Strategi ini dibuat berdasarkan faktor internal (*Strength*) yaitu terdapat struktur organisasi dan faktor eksternal (*Opportunities*) yaitu Pencatatan keuangan belum memakai sistem computer, dan Rapat dilakukan jika ada kendala.

- b. Membuat website sendiri untuk menjual dan branding produk batik laweyan.

Strategi ini dibuat berdasarkan faktor internal (*Strength*) yaitu proses produksi di tempat sendiri, produk aman di gunakan dan faktor eksternal (*Opportunities*) yaitu bahan baku mudah didapatkan.

3.4.2 Strategi W-O

Alternatif strategi W-O (*Weakness – Opportunities*) dibuat dengan menggabungkan faktor kelemahan internal dengan faktor peluang eksternal perusahaan. Alternatif strategi yang masuk dalam kategori W-O berjumlah Dua strategi. Berikut merupakan analisis dari dua strategi W-O

- a. Penerapan sistem online dalam hal pencatatan keuangan agar mudah di pantau.

Strategi ini dibuat berdasarkan faktor internal (*Weakness*) yaitu adanya serbuan batik cina dengan harga yang lebih murah dan faktor eksternal (*Opportunities*) yaitu Adanya komunikasi antar pesaing di lingkungan sekitar.

- b. Peningkatan kompetensi karyawan agar bisa menciptakan produk unggul.

Strategi ini dibuat berdasarkan faktor internal (*Weakness*) yaitu pemasaran sebatas melauai WA dan faktor eksternal (*Opportunities*) yaitu pemanfaatan smartphone dalam hal penjualan. Tujuan dari dibuatnya strategi ini ialah penambahan promosi.

3.4.3 Strategi S-T

Alternatif startegi S-T (*Strength–Threats*) dibuat dengan menggabungkan faktor kekuatan internal dengan faktor ancaman eskternal perusahaan. Alternatif strategi yang masuk dalam dalam kategori S-T berjumlah dua strategi. Berikut merupakan analisis dari kedua strategi S-T:

- a. Meningkatkan kualitas batik agar dapat bersaing di pasaran.

Strategi ini dibuat berdasarkan faktor internal (*Strength*) yaitu menambah jaringan penjualan dan faktor eksternal (*Threats*) yaitu Beberapa pesaing memiliki pengalaman yang lebih lama. Strategi ini diharapkan dapat menambah pasar sasaran.

- b. Pemanfaatan limbah untuk digunakan kembali sebagai baham baku.

Strategi ini dibuat berdasarkan faktor internal (*Strength*) yaitu Adanya proses pengolahan limbah hasil produksi dan faktor eksternal (*Threats*) yaitu Tidak adanya subsidi dari pemerintah. Strategi ini bertujuan untuk menjaga lingkungan agar tetap terjaga dari limbah hasil produksi.

3.4.4 Strategi W-T

Alternatif startegi W-T (*Weakness–Threats*) dibuat dengan menggabungkan faktor kelemahan internal dengan faktor ancaman eskternal perusahaan. Alternatif strategi yang masuk dalam dalam kategori W-T berjumlah dua strategi. Berikut merupakan analisis dari kedua strategi W-T:

- a. Meningkatkan RnD untuk mengantisipasi inovasi yang terduga

Strategi ini dibuat berdasarkan faktor internal (*Weakness*) yaitu Tidak ada anggaran untuk riset dan faktor eksternal (*Threats*) yaitu belum banyak memanfaatkan banyak

teknologi. Strategi ini bertujuan untuk selalu membuat terobosan untuk mengantisipasi inovasi baru dan selalu kualitas produk dan meningkatkan kualitas produk baik

- b. Meningkatkan kerjasama dengan pengrajin lain untuk menentukam harga yang kompetitif

Strategi ini dibuat berdasarkan faktor internal (*Weakness*) yaitu pendapatan bersih tidak stabil dan faktor eksternal (*Threats*) yaitu Beberapa pesaing memiliki pengalaman yang lebih lama, Harga dengan pengrajin di sekitarnya sangat kompetitif. Strategi ini dibuat dengan tujuan untuk meningkatkan kerjasama dengan pengrajin lain.

3.5 Analisis QSPM

Analisis QSPM dilakukan untuk memilih strategi terbaik dari strategi altenatif sebelumnya, strategi yang berdasarkan oleh kondisi perusahaan yang berasal dari analisis faktor-faktor utama internal maupun faktor eksternal di lingkungan usaha batik di Kampung Batik Laweyan.

Tabel 3. Hasil Pemilihan Alternatif Strategi Usaha Batik

Urutan Strategi	Skor Total	Strategi ke-	Keterangan Strategi
A	0,377	5	Meningkatkan penjualan e-commerce nasional maupun Internasional
B	0,368	6	Membuat website sendiri untuk menjual produk dan branding produk batik laweyan
C	0,341	7	Penerapan sistem online dalam hal pencatatan keuangan agar mudah di pantau
D	0,404	2	Peningkatan kompetensi karyawan agar bisa menciptakan produk unggul
E	0,395	3	Meningkatkan kualitas batik agar dapat bersaing di pasaran
F	0,323	8	Pemanfaatan limbah untuk digunakan kembali sebagai baham baku
G	0,386	4	Meningkatkan RnD untuk mengantisipasi inovasi yang terduga
H	0,405	1	Meningkatkan kerjasama dengan pengrajin lain untuk menentukam harga yang kompetitif

Skor tertinggi adalah 0,405 strategi H yaitu meningkatkan kerjasama dengan pengrajin lain untuk menentukan harga yang kompetitif. Yang kedua 0,404 strategi D yaitu peningkatan kompetensi karyawan agar bisa menciptakan produk unggul dan yang ketiga 0,395 strategi E yaitu meningkatkan kualitas batik agar dapat bersaing di pasar. Ketiga alternative yang mendapat skor tertinggi adalah alternative strategi pengembangan yang membuat produksi batik di Kampoeng Batik Laweyan mampu bersaing dengan produk batik ditempat lain

4. PENUTUP

Dengan kondisi perdagangan batik yang memiliki persaingan yang ketat terutama terhadap batik impor dari Cina yang lebih murah dan memiliki motif lebih kekinian, maka perusahaan batik di Indonesia khususnya Kampoeng Batik Laweyan harus menemukan strategi yang tepat, salah satunya dengan metode SWOT dan QSPM

Penelitian ini merumuskan 8 upaya yang harus dilakukan oleh Kampoeng Batik Laweyan, berdasarkan analisis data faktor – faktor internal utama perusahaan IFE dan data faktor - faktor eksternal utama perusahaan EFE, SWOT dan QSPM. Rumusan tersebut adalah (1) Meningkatkan kerjasama dengan pengrajin lain untuk menentukan harga yang kompetitif, (2) Peningkatan kompetensi karyawan agar bisa menciptakan produk unggul, (3) Meningkatkan kualitas batik agar dapat bersaing di pasaran, (4) Meningkatkan RnD untuk mengantisipasi inovasi yang terduga, (5) Meningkatkan penjualan e-commerce nasional maupun Internasional , (6) Membuat website sendiri untuk menjual produk dan branding produk batik laweyan (7) Penerapan sistem online dalam hal pencatatan keuangan agar mudah di pantau, (8) Pemanfaatan limbah untuk digunakan kembali sebagai bahan baku. Dengan berbagai tantangan perdagangan global yang telah memasuki revolusi industry 4.0 diharapkan 8 upaya strategi tersebut dapat meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan terhadap Kampoeng Batik Laweyan untuk menghadapi revolusi industry 4.0 global.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Alfi Wahyu Hidayat. Agung Budianto. 2012. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi*. Ejournal S1.undip.ac.id
- Avinda, Chintiya Betari. 2016. *Strategi Promosi Banyuwangi sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata)*. Jurusan Industri Perjalanan Wisata. Fakultas Pariwisata. Universitas Udayana. Bali. Indonesia
- Bonita, Farah. 2013. *Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Batik Di Kota Semarang*. Jurusan Ekonoomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Indonesia
- Clarck, Jay B. Barney Delwyn N. 2007. *Resource Based Theory: Creating and Sustaining Competitiev Advantage*. (Oxford University Press) 11/24/2014.
- David, Fred R, 2006. *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Fuad, M Christine H. Nurlela. Sugiarto. Paulus. 2009. *Pengantar bisnis*. PT Gramedia Pustaka Jakarta.
- Harsono, 2019. *Metode Penelitian Pendidikan* (1st ed.), Jasmine, Sukoharjo
- Hafsah, M.J. 2004. *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. Jurnal Infokop Nomor 25 Tahun XX
- Hartono, Jogiyanto. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Penglaman*. Edisi keenam. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta
- Jogiyanto, 2005. *Sistem Informasi Startegik untuk Keunggulan Kompetitif*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta
- Kuncoro, Suryono . 2015. *Analisis Strategi Pengembangan Produk Pada Batik Sembung Di Lendah Kulon Progo*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta. Indonesia
- Purwanto, I. 2008. *Manajemen Strategi*. Bandung: CV Ryama Widya
- Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2011-2012, <http://www.depkop.go.id/>
- Rangkuti, Freddy (2004). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Cetakan ke-16, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saputri, Eni Dewi. 2011. *Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode SWOT Analisis Di Perusahaan Abon Diamond Ampel Boyolali*. Jurusan Teknik. Fakultas Teknik. Universitas Sebelas Maret. Surakarta. Indonesia

- Suindrawati. 2015. *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Di Toko Jesy Busana Muslim Bapangan Mendenrejo Blora)*. Jurusan Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang. Indonesia
- Suliyanto. 2011. Analisis Permasalahan dan Strategi Pengembangan Batik Banyumas dan Batik Purbalingga. *Prodising Seminar Internasional dan Call For Papers "Towards Excellent Small Business" Journal UMY.ac.id*
- Wijaya, Septria Dina. 2011. *Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Bordir Di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kendal*. Jurusan Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Semarang. Indonesia